

Posudek oponenta diplomové práce

Autor práce (jméno a příjmení)	Žaneta SEDLÁKOVÁ
Název práce	Spotřební chování na trhu s elektronikou
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Navazující
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	VOJTKO Viktor, Ing. Ph.D.
Oponent	Ing. Hana Volfová

Hodnocení práce

1. Význam a náročnost tématu **100 %**
2. Logická struktura práce **75 %**
3. Naplnění cíle práce **100 %**
4. Metodologický postup **100 %**
5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu **75 %**
6. Praktický přínos práce **75 %**
7. Práce s literaturou **75 %**
8. Formální stránka **75 %**

Závěr

Výsledek: **86.25** bodů

Hodnocení práce známkou: **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Výzkum spotřebního chování je atraktivním tématem, které může přinést velmi cenné informace. V tomto případě se autorka zaměřila na trh mobilních telefonů, jež se neustále vyvíjí. Z formálního hlediska je úroveň jazyka práce poměrně dobrá, v textu se ale občasně vyskytují velmi nekvalitní obrázky, které by bylo z hlediska úpravy vhodnější raději přepracovat. Teoretická část práce je poměrně strohá, více pozornosti by mělo být věnováno psychologickým a sociologickým faktorům ovlivnění spotřebitele, objevují se i chyby v citování. Z metodického hlediska bych doporučila úpravu cíle, analýza je metodou, jak dosáhnout cíle, neměla by být cílem samotným. Výzkum ve vlastní práci je veden do hloubky, výsledky jsou proto smysluplné, velmi oceňuji statistické vyhodnocení. Nicméně pro praktické návrhy by bylo třeba potenciální trh více rozčlenit, věkový interval 0 - 50 je poměrně široký a faktory ovlivňující rozhodovací proces spotřebitele, speciálně v oblasti elektroniky, se mění velmi dynamicky. Celkově však práci hodnotím výborně.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Jaké vlivy ovlivňují spotřebitele při nákupu mobilních telefonů nejvíce, psychologické či spíše sociální?

Jaké nástroje promotion využívá společnost O2 ke komunikaci nabídek mobilních telefonů novým i stávajícím zákazníkům?

Datum: 28.04.2015

Podpis oponenta diplomové práce